

IN EIGENER SACHE: LFD WÄLZLAGER IST SIEGER DES WETTBEWERBS „ANZEIGE DES JAHRES“

# Wohliger Baby-Schlummer überzeugt

**Die Industrieanzeiger-Leser haben entschieden: Das Motiv eines Babys, das wohligh schlummert, weil nichts ruckelt, ist die „Anzeige des Jahres“ 2008. Das Sinnbild für zuverlässige und gleichmäßig laufende Wälzlager des Herstellers LFD wählten die Leser aus den zwölf Monatsiegern zu ihrem Favoriten.**

In ihrem Urteil waren sich die Juroren des Wettbewerbs „Anzeige des Jahres 2008“ einig: „Kein Produkt, kein erläuternder Text und kein Hinweis auf das werbende Unternehmen – und trotzdem bin ich 'hängen geblieben!'“ – „Lässt den Betrachter stoppen, stutzen und ihn sich mit dem Motiv beschäftigen.“ – „Die Auswahl eines nicht-technischen Bildmotivs in Verbindung mit einer zweideutigen Überschrift ist grundsätzlich der richtige Weg, sich in der Werbung zu differenzieren.“

Keine Frage: Vor allem durch seine hohe Aufmerksamkeit und Originalität besticht das Motiv der Anzeige der LFD Wälzlager GmbH. Das hat nicht nur die unabhängige Jury aus Werbeleitern und Agenturexperten entschieden. Auch die Leser des Industrieanzeiger waren von der Kreativleistung überzeugt.

## Subhead „Ruckelt nicht“ artikuliert Produktversprechen

Aus den zwölf Monatssiegern des Vorjahres wählten sie die im November bereits prämierte Anzeige mit dem Motiv „Ruckelt nicht“ mit großem Abstand auf den ersten Platz.

Anzeigenleiter Klaus-Dieter Mehnert verlieh die Auszeichnung an Veit Loeffler, Geschäftsführer des Dortmunder Wälzlagerherstellers, der Rillenkugellager nach deutschen Standards produziert. Auch den für Kreation und Umsetzung der Anzeigenkampagne zuständigen Kommunikationsexperten Norbert Sell, Geschäftsführer der Sell Media Company aus Bitzen, freut es, dass „das prämierte Motiv als reine Imagekampagne funktioniert“. Seiner Agentur war die Aufgabe gestellt, eine Kampagne zu erarbeiten, die LFD Wälzlager bekannter machen und als Hersteller von Markenprodukten weiter etablieren sollte.



LFD Wälzlager - Dortmund - www.lfd.eu - Tel.: 02 31 / 977 290

*Zufriedene Preisträger mit Sieger-Trophäe: Veit Loeffler, Geschäftsführer der LFD Wälzlager GmbH (Bild oben links), nimmt von Anzeigenleiter Klaus-Dieter Mehnert die Marmor-Pyramide entgegen. Mit ihm freut sich Norbert Sell (links) von der Kreativagentur Sell Media Company*

Bild: Industrieanzeiger

Schon beim ersten Gedankenaustausch, blickt LFD-Chef Veit Loeffler zurück, sei man begeistert gewesen von dem Wortspiel Wälzlager/Kugellager/Bett. Auch ein Bett sei ein „Wälzlager“. Loeffler: „Das Baby, das die Aufmerksamkeit in einem Industriemagazin gewinnen sollte, und das weitere Wortspiel „Ruckelt nicht“ waren nach unserem Empfinden eine erfrischende Kampagne, bei der nur Positives vermittelt wird. Außerdem geht sie auf wichtige Eigenschaften unserer Produkte ein.“

Dass das Motiv des wohligh schlummernden Babys diese Aufgabe in idealer Weise löst, bestätigt der Werbeexperte Dr. Jochen Zschocke vom Ifuma Institut für Marktfor-

schung in Köln. „In Zusammenhang mit der Headline Wälzlager artikuliert die Subhead 'Ruckelt nicht' ein Produktversprechen, nämlich die Garantie eines gleichmäßigen Laufs der Wälzlager. Die beruhigende Atmosphäre des Bildes teilt sich dem Betrachter mit und besagt, dass der Kunde, der die Wälzlager verwendet, ruhig schlafen kann“, beschreibt Dr. Zschocke die Assoziationen, die die Anzeige auslöst.

24,7 % der Leser hielten diese Kreativleistung für die überzeugendste des Jahres 2008. Auf den zweiten Platz mit 15,3 % der abgegebenen Stimmen kam das Trumpf-Motiv „Tru Laser 3030“, auf Rang drei folgt „Image“ von Kuka Roboter mit 11,4 %. dk